

BAB II

STRATEGI PENGEMBANGAN WISATA RELIGI DALAM PENINGKATAN EKONOMI MASYARAKAT

A. Pariwisata Syariah

1. Definisi Pariwisata Syariah

Pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.¹⁹ Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan pariwisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.²⁰

Majelis Ulama Indonesia dalam Fatwa DSN No. 108 tahun 2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syari'ah, bahwa pariwisata syari'ah adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah, yang sesuai dengan prinsip syariah yaitu terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tabdzir atau israf, dan kemunkaran; menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual.²¹ A.J Burkart dan S Medlik berpendapat,

¹⁹ James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata*, Yogyakarta: Kanisius, 1987. Hlm, 21.

²⁰ Pasal 1 angka 3 Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan

²¹ Fatwa DSN No. 108 tahun 2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah.

pariwisata berarti perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja, dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan tersebut.²²

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) menyatakan bahwa konsumen wisata syariah bukan hanya diperuntukan bagi umat muslim saja, tetapi juga non-muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Pariwisata syariah meliputi komponen hotel syariah, transportasi syariah, tempat makanan syariah, logistik syariah, keuangan Islam, paket perjalanan Islam, dan spa syariah.²³

2. Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu perjalanan jangka panjang atau pendek yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan tujuan menyegarkan pikiran. James Spillane mengatakan bahwa pariwisata dapat dibagi ke dalam beberapa jenis, yaitu sebagai berikut terdapat beberapa jenis pariwisata yang biasanya dilakukan oleh beberapa orang diantaranya:²⁴

a. Jenis wisata berdasarkan tujuan perjalanan

- 1) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*) bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan

²² R. G. Soekadijo, *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*, Jakarta: Gramedia pustaka utama, 2002. Hlm.12.

²³ Ceha, *Rantai Pasok Pariwisata Syariah: Konsep, Strategi dan Implementasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2006. Hlm. 14.

²⁴ Rini Setiyoningsih, "*Pengaruh Pariwisata Syariah da Produk Kepariwisataaan Terhadap Pendapatan Ekonomi Masyarakat*", Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Negeri Walisongo Semarang, 2019. Hlm.7.

tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak ingin tahunya, untuk mengedorkan ketegangan sarafnya, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota.

- 2) Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*) bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya
- 3) Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*) bentuk pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi seperti keinginan ingin belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat dan lain sebagainya.
- 4) Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*) jenis pariwisata ini terbagi menjadi dua kategori yaitu *big sport event* yaitu pariwisata olahraga besar seperti *olympiade games*, dan *sporting tourism of the paractitioners* yaitu pariwisata yang mereka ingin berlatih dan mempraktekan sendiri seperti berkuda, mendaki gunung dan lain sebagainya.
- 5) Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*bussines tourism*) pariwisata jenis ini umumnya dilakukan oleh para pengusaha atau industrial antara lain mencakup kunjungan ke pameran dan instalasi teknis.

6) Pariwisata untuk berkonvensi (*convention tourism*) pariwisata jenis ini berhubungan dengan konferensi, simposium, sidang dan seminar internasional.

b. Jenis wisata berdasarkan objek yang dikunjungi

- 1) Wisata alam, yaitu kegiatan mengunjungi suatu obyek wisata berupa wisata dengan keindahan alam seperti pegunungan, pantai, lembah dan lain-lain.
- 2) Wisata budaya, yaitu suatu perjalanan yang dilakukan atas dasar untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan melakukan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri dengan mempelajari keadaan masyarakat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup masyarakat tersebut, budaya dan seni.
- 3) Wisata agama, yaitu suatu perjalanan dengan tujuan mengunjungi tempat-tempat yang memiliki nilai religi sesuai dengan agama dan kepercayaannya seperti mengunjungi tempat ibadah, ziarah ke makam atau ke tempat peninggalan sejarah Islam.
- 4) Wisata ziarah, merupakan bagian dari wisata religi yaitu mengunjungi tempat-tempat keagamaan.
- 5) Wisata belanja, yaitu kegiatan dengan mengunjungi tempat atau pusat pembelian yang menjual barang/produk.
- 6) Wisata satwa, yaitu kegiatan dengan mengunjungi hewan dalam habitat alamiah seperti mengunjungi kebun binatang.
- 7) Wisata sejarah, yaitu kegiatan mengunjungi tempat yang memiliki nilai sejarah.

3. Tujuan Penyelenggaraan Kepariwisataaan

Pasal 4 UU Nomor 10 Tahun 2009 mengenai tujuan dari penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia yaitu sebagai berikut:²⁵

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat
- c. Menghapus kemiskinan
- d. Mengatasi pengangguran
- e. Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya
- f. Memajukan kebudayaan
- g. Mengangkat citra bangsa
- h. Memupuk rasa cinta tanah air
- i. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa
- j. Mempererat persahabatan antar bangsa

Al-Qur'an surat An-Naml ayat 69:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُجْرِمِينَ

69. “Berjalanlah kamu (di muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang berdosa.”²⁶

Al Quran Surat Al Mulk Ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا
مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

²⁵ Muljadi A.J., *Kepariwisataan dan Perjalanan*, Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010, hlm.33.

²⁶ Departemen Agama Republik Indonesia: *Al Quran dan Terjemahannya*, Bandung: PT Sigma Examedia Arkanleema, 2007, hlm. 383

15. “Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.”²⁷

Berdasarkan paparan di atas, tujuan diadakannya pariwisata yaitu untuk meningkatkan perekonomian, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, dan lain-lain. Selain itu, tujuan diadakannya pariwisata untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan khususnya di bidang religi. Hal ini, dipertegas dalam ayat Al-Qur’an surat An-Naml ayat 69 dan Al Quran Surat Al Mulk Ayat 15.

Tujuan terbesar dari perjalanan dalam wisata Islam adalah untuk mengajak orang lain untuk bertaqwa kepada Allah SWT, dan untuk menyampaikan kepada umat manusia ajaran Islam yang telah diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW.²⁸

4. Kriteria Umum Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah memiliki kriteria sebagai berikut:²⁹

- a. Berorientasi pada kemaslahatan umum.
- b. Berorientasi pada pencerahan penyegaran dan ketenangan.
- c. Menghindari kemusyrikan dan *kufarat*.
- d. Menghindari maksiat seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi.

²⁷ Departemen Agama Republik Indonesia: Al Quran dan Terjemahannya..., hlm.563.

²⁸ Aan Jaelani, *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects (Munich Personal Repec Archive (MPRA))*, Jakarta: Erlangga, 2017. Hlm 23.

²⁹ Riyanto Sofyan, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*, Jakarta Selatan: Buku Republika, 2012. hlm, 57.

- e. Menjaga perilaku etika nilai luhur kemanusiaan seperti menghindari perilaku hedonis dan asusila.
- f. Menjaga amanah keamanan dan kenyamanan.
- g. Bersifat universal dan *inklusif*.
- h. Menjaga kelestarian lingkungan.
- i. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

B. Wisata Religi

1. Definisi Wisata Religi

Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dijunjung dalam jangka waktu sementara.³⁰

Wisata religi merupakan kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, kepuasan serta pengetahuan. Wisata religi banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar, atau pemimpin yang di agungkan, ke bukit atau ke gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.³¹

³⁰ Pasal 1 Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan

³¹ Nyoman Pendit S, *Ilmu Pariwisata, sebuah pengantar perdana*, Jakarta: PT. Pradnya Paramita, 2002.

Shihab mengemukakan definisi wisata religi, yaitu: wisata religi adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Wisata religi merupakan sebuah perjalanan untuk memperoleh pengalaman dan pelajaran (*Ibrah*). Wisata religi juga merupakan sebuah perjalanan atau kunjungan yang dilakukan baik individu maupun kelompok ke tempat dan institusi yang merupakan penting dalam penyebaran dakwah dan pendidikan umat Islam.³²

Ada juga yang mendefinisikan wisata religi adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana mereka biasanya hidup dan bekerja dan kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di tempat-tempat tujuan itu demi mengunjungi tempat-tempat religius. Motif wisata religi adalah untuk mengisi waktu luang, untuk bersenang-senang, bersantai, studi dan kegiatan agama untuk beri'tibar keislamaan. Selain itu semua kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan bagi pelakunya baik secara fisik maupun psikis baik sementara maupun dalam jangka waktu lama.³³

Wisata dalam Islam yaitu untuk melihat keindahan ciptaan Allah SWT sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup. Adapun ayat Alquran mengenai wisata terdapat dalam surat Al-Ankabut ayat 20.

³² Shihab, *Pengantin Al-Quran*, Jakarta: Lentera Hati. 2007, hlm .549.

³³ Chaliq, *Wisata Religius*, Yogyakarta: Ekosiana, 2011, hlm. 59.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ۚ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ

الْآخِرَةَ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Katakanlah: Berjalanlah dimuka bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah Menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu. (Q.S Al-ankabut/29:20).³⁴

Makna dari Al Quran Surat Al Ankabut ayat 20, safar atau wisata untuk merenungi keindahan ciptaan Allah Ta'la, menikmati indahnya alam nan agung sebagai pendorong jiwa manusia untuk menguatkan keimanan terhadap keesaan Allah dan memotivasi menunaikan kewajiban hidup.

Wisata religi atau wisata ziarah adalah jenis wisata yang sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah dapat dilakukan perorangan atau rombongan ketempat suci, seperti masjid-masjid, makam-makam orang besar, pemimpin yang diagungkan, kebukit atau gunung yang dianggap keramat, pemakaman tokoh atau pemimpin sebagai manusia ajaib penuh legenda.³⁵

Uraian wisata religi di atas dapat disimpulkan sebagai perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang bersifat sementara, untuk menikmati objek dan atraksi di tempat tujuan. Wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan

³⁴ Departemen Agama Republik Indonesia: Al Quran dan Terjemahannya..., hlm.397.

³⁵ Nyoman S Pendit, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*..., hlm. 42.

sebagai wisata dengan kata lain melakukan wisata berarti melakukan perjalanan tapi melakukan perjalanan belum tentu wisata.³⁶

2. Bentuk – Bentuk Wisata Religi

Wisata religi dimaknai sebagai kegiatan wisata ke tempat yang memiliki makna khusus, biasanya berupa tempat yang memiliki makna khusus, Seperti :³⁷

- a. Masjid sebagai tempat pusat keagamaan dimana masjid digunakan untuk beribadah sholat, i'tikaf, adzan dan iqomah.
- b. Makam dalam tradisi Jawa, tempat yang mengandung kesakralan makam dalam bahasa Jawa merupakan penyebutan yang lebih tinggi (hormat) pesarean, sebuah kata benda yang berasal dari *sare*, (tidur). Dalam pandangan tradisional, makam merupakan tempat peristirahatan
- c. Candi sebagai unsur pada jaman purba.

3. Fungsi Wisata Religi

Wisata religi dilakukan dalam rangka mengambil *ibrah* atau pelajaran dan ciptaan Allah atau sejarah peradaban manusia untuk membuka hati sehingga menumbuhkan kesadaran bahwa hidup di dunia ini tidak kekal. Pendapat Mufid fungsi-fungsi wisata religi adalah sebagai berikut:³⁸

³⁶ Amin Suyitno, *Pemanduan Wisata*, Jakarta: Graha Ilmu, 2005, hlm.8.

³⁷ Agus Suryono, *Paket Wisata Ziarah Umat Islam*, Semarang: Kerjasama Dinas Pariwisata Jawa Tengah dan Stiepari Semarang, 2004, hlm.7.

³⁸ Rahmat Rosyadi, *Pendidikan Islam Dalam Perspektif Kebijakan Pendidikan Nasional*, Jakarta: UIKA Press, 2011. Hlm. 53.

- a. Untuk aktivitas luar dan di dalam ruangan perorangan atau kolektif, untuk memberikan kesegaran dan semangat hidup baik jasmani maupun rohani.
- b. Sebagai tempat ibadah, sholat, dzikir dan berdoa.
- c. Sebagai salah satu aktivitas keagamaan.
- d. Sebagai salah satu tujuan wisata-wisata umat Islam.
- e. Sebagai aktivitas kemasyarakatan.
- f. Untuk memperoleh ketenangan lahir dan batin.
- g. Sebagai peningkatan kualitas manusia dan pengajaran (*Ibrah*)

4. Tujuan wisata Religi

Tujuan wisata religi mempunyai makna yang dapat dijadikan pedoman untuk menyampaikan syiar Islam di seluruh dunia, dijadikan sebagai pelajaran, untuk mengingat ke-Esaan Allah Mengajak dan menuntun manusia supaya tidak tersesat kepada syirik atau mengarah kepada kekufuran.³⁹

Ada empat faktor yang mempunyai pengaruh penting dalam pengelolaan wisata religi yaitu lingkungan eksternal, sumber daya dan kemampuan internal, serta tujuan yang akan dicapai. Suatu keadaan, kekuatan, yang saling berhubungan dimana lembaga atau organisasi mempunyai kekuatan untuk mengendalikan disebut lingkungan internal, sedangkan suatu keadaan, kondisi, peristiwa dimana organisasi atau lembaga tidak mempunyai kekuatan untuk mengendalikan disebut

³⁹ Ruslan Arifin S. N, *Ziarah Wali Spiritual Sepanjang Masa*, Yogyakarta:Pustaka Timur, 2007, hlm 10.

lingkungan eksternal. Kaitan antara wisata religi dengan aktivitas dalam adalah tujuan dari wisata ziarah itu sendiri⁴⁰

5. Manfaat wisata religi

Ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh dengan melakukan wisata religi diantaranya:

- a. Biasanya setelah berwisata kita akan merasakan segar dan siap untuk kembali menekuni aktivitas sehari-hari. Namun sebenarnya kita bisa memperoleh manfaat lebih dengan melakukan rekreasi melalui wisata religi yaitu dapat menyegarkan pikiran.
- b. Menambah wawasan bahkan mempertebal keyakinan kita kepada sang pencipta.
- c. Untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan tentang suasana yang terdapat di daerah tujuan wisata yang dituju.
- d. Untuk memperoleh pengalaman dan pengetahuan dalam bidang agama yang lebih matang.

C. Strategi

1. Definisi strategi

Strategi secara bahasa berasal dari kata *strategic* yang berarti menurut siasat atau rencana dan strategi yang berarti ilmu siasat.⁴¹ Strategi

⁴⁰ Rohmat Dwi Jatmiko, *Manajemen Strategik*, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press, 2003.hlm.30.

⁴¹ John M. Echols, Hassan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2007, hlm.701.

menurut istilah adalah rencana yang cermat mengenal kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁴²

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "*strategia*" yang diartikan sebagai "*the art of the general*" atau seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Strategi berkaitan dengan arah tujuan dan kegiatan jangka panjang suatu organisasi.⁴³

Stephani K. dalam buku Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin mendefinisikan yang dimaksud strategi yaitu suatu proses penentuan rencana suatu pemimpin yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, serta penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.⁴⁴

Strategi juga sangat terkait dalam menentukan bagaimana suatu organisasi menempatkan dirinya dengan mempertimbangkan keadaan sekeliling terutama terhadap pesaingnya. Strategi merupakan usaha untuk mencapai keunggulan dalam persaingan yang sesuai dengan keinginan untuk dapat bertahan sepanjang waktu, bukan dengan gerakan muslihat, tetapi dengan mengambil wawasan jangka panjang yang luas dan menyeluruh.⁴⁵

⁴² Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, ed. 3 cet. 3, Jakarta: Balai Pustaka 2005, hlm. 423.

⁴³ Sularno Tjiptowardoyo, *Strategi Manajemen*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 1995, hlm.3.

⁴⁴ Murdiffin Haming dan Mahmud Nurnajamiddin, *Manajemen Produksi*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2011. Hlm, 49.

⁴⁵ Sularno Tjiptowardoyo, *Strategi Manajemen...*, hlm. 4.

Chandler berpendapat bahwa strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut serta prioritas alokasi sumber daya, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun.⁴⁶

Freddy Rangkuti berpendapat strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Mencakup ekspansi geografis, diversifikasi, akuisisi, pengembangan produk, penetrasi, pengetatan, divestasi, likuidasi, dan usaha patungan atau *joint venture*.⁴⁷

Mudrajad Kuncoro memandang strategi sebagai suatu proses, yang meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Tahapan utama proses manajemen strategi umumnya mencakup analisis situasi, formulasi strategi, implementasi strategi, dan evaluasi kinerja. Strategi juga bersifat kontekstual, harus sesuai (*fit*) dengan kompetensi inti dan tantangan yang dihadapi, maka dapat disimpulkan strategi adalah pilihan tentang tindakan yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya dan untuk mencapai keunggulan kompetitif.⁴⁸

Hamel dan Prahalad menjelaskan strategi merupakan tindakan yang bersifat *incremental* (senantiasa meningkat) dan terus-menerus, serta

⁴⁶ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2001, hlm. 3

⁴⁷ David Fred R., *Strategic Management: Manajemen Strategis*, Jakarta: Salemba, 2010, hlm.18.

⁴⁸ Mudrajad Kuncoro, *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, Jakarta: Erlangga, 2006, hlm. 15.

dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian strategi selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dengan apa yang terjadi.⁴⁹

berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud strategi yaitu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang suatu organisasi/perusahaan yang efektif dan efisien.

2. Jenis-Jenis Strategi

Berikut ini merupakan jenis-jenis strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk mencapai suatu tujuan yaitu:⁵⁰

- a. Strategi Integrasi, merupakan strategi yang dilakukan dengan cara meningkatkan kontrol dan melakukan pengawasan kepada distributor, pemasok dan para pesaingnya.
- b. Strategi Intensif, merupakan strategi yang dilakukan dengan memerlukan usaha yang intensif bertujuan untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang dimiliki.
- c. Strategi Diversifikasi, suatu strategi yang bertujuan untuk menambah produk baru pada bisnis yang sudah dimiliki atau bisnis baru dengan konsep yang sama untuk meningkatkan laba perusahaan.
- d. Strategi Divensif, strategi yang bertujuan agar perusahaan melakukan tindakan penyelamatan agar terhindar dari kerugian yang besar sampai mengalami kebangkrutan.

⁴⁹ Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membelah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006, hlm. 4.

⁵⁰ Stephen P. Robbins. Mary Caulter, *Manajemen*, Edisi ke 10. Jakarta: Erlangga, 2011. Hlm, 213.

Michael Porter menyatakan terdapat tiga landasan strategi umum yang dapat membantu organisasi atau perusahaan untuk memperoleh keunggulan yang kompetitif, yaitu sebagai berikut:

- a. Strategi keunggulan biaya, yaitu strategi yang menekankan pada pembuatan produk standar dengan biaya per unit rendah untuk konsumen yang peka terhadap perubahan harga.
- b. Strategi diferensiasi, yaitu strategi dengan tujuan membuat produk dan menyediakan jasa yang dianggap unik di seluruh industri dan ditujukan kepada konsumen yang relatif tidak terlalu peduli terhadap perubahan harga.
- c. Strategi fokus, yaitu strategi fokus membuat produk dan menyediakan jasa yang memenuhi keperluan sejumlah kelompok kecil konsumen.

3. Prinsip-prinsip untuk mensukseskan strategi menurut Hatten⁵¹

- a. Strategi haruslah konsisten dengan lingkungannya
- b. Setiap organisasi tidak hanya membuat satu strategi
- c. Strategi yang efektif hendaknya memfokuskan dan menyatukan semua sumber daya dan tak menceraiberaikan satu dengan yang lainnya
- d. Strategi hendaknya memusatkan perhatian pada apa yang merupakan kekuatannya dan tidak pada titik-titik yang justru adalah kelemahannya.
- e. Strategi hendaknya memperhitungkan resiko yang tidak terlalu

⁵¹ J. Salusu, *Pengambilan Keputusan Strategi untuk Organisasi Publik dan Organisasi non Profit*, Jakarta:PT. Grasindo, 2003, hlm. 108.

bias.

- f. Tanda-tanda dari suksesnya strategi ditampakkan dengan adanya dukungan dari pihak-pihak terkait.

4. Tahapan penyusunan strategi

Tahap penyusunan strategi dalam menentukan strategi yang tepat untuk digunakan oleh suatu perusahaan atau organisasi, terdapat tiga tahapan untuk merumuskan penentuan dan penyusunan strategi yaitu:

- a. Formulasi strategi, di dalamnya termasuk mengembangkan visi dan misi perusahaan, menentukan kekuatan dan kelemahan perusahaan, mengidentifikasi peluang dan ancaman, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif dan memilih strategi tertentu untuk direalisasikan.
- b. Penerapan strategi, yaitu mengimplementasikan pilihan strategi dengan mengalokasikan sumber daya dan mengorganisasikan sesuai dengan strategi dan menuntut perusahaan untuk menetapkan implementasi termasuk menciptakan struktur organisasi yang efektif, memanfaatkan dan mengembangkan sistem informasi, membuat kebijakan hingga memotivasi karyawan.
- c. Penilaian strategi, pada tahap ini hasil dari implementasi strategi akan dilakukan evaluasi untuk memastikan strategi yang telah disesuaikan dapat mencapai tujuan perusahaan. Dengan

meninjau ulang faktor internal dan eksternal, mengukur kinerja dan mengambil tindakan korektif.⁵²

5. Manfaat strategi

Strategi sendiri memiliki manfaat, adapun manfaat dari strategi adalah sebagai berikut:⁵³

- a. Efisiensi dan aktivitas kerja.
- b. Meningkatkan kreativitas kerja.
- c. Tanggung jawab lebih meningkat kepada perusahaan atau diri sendiri.
- d. Rencana perusahaan lebih jelas.
- e. Pengendali dalam mempergunakan sumber daya yang dimiliki secara terintegrasi dalam pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen agar berlangsung sebagai proses yang efektif dan efisien.

6. Strategi pengembangan wisata

Strategi pengembangan wisata menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.⁵⁴ Sedangkan Strategi pengembangan wisata menurut kamus umum bahasa Indonesia karya WJS Poerwadarminta, bahwa pengembangan adalah perbuatan menjadikan bertambah, berubah sempurna (pikiran, pengetahuan

⁵² Ismail Sholihin, *Manajemen Strategi*, Jakarta: Erlangga, 2012. Hlm. 66-67.

⁵³ Syukai, "Manfaat dan Proses Manajemen Strategi", dalam <http://syukai.wordpress.com/2009/06/15/manfaat-dan-proses-manajemenstrategi/syukai1.htm>. diakses 14 April 2020.

⁵⁴ Pusat Bahasa Indonesia (Departemen Pendidikan Nasional), *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, Hlm. 201.

dan sebagainya).⁵⁵

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.⁵⁶

Pengembangan pariwisata adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sedang berkembang atau menciptakan yang baru. Sehingga pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata.⁵⁷ Penelitian yang dilakukan oleh Elfira Soeda yang berfokus pada pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pariwisata, maka untuk menciptakan pariwisata atau untuk memajukan suatu tempat atau suatu

⁵⁵ Sukiman, *Pengembangan Media Pembelajaran*, Yogyakarta: PT. Pustaka Insan Madani, 2012, hlm.53.

⁵⁶ David Fred R, *Manajemen Strategis Konsep-Konsep*, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia, 2004. Hlm. 21.

⁵⁷ I Gde Pitana & putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2005. Hlm. 21.

daerah yang berpotensi bahwa kebijakan pemerintah daerah harus terus dilakukan seperti mengadakan even-even atau festival-festival dalam rangka mengembangkan potensi wisata yang ada. Promosi wisata harus terus dilakukan baik lewat media social media cetak dan sebagainya.⁵⁸

Pengembangan pariwisata pada hakekatnya adalah suatu proses dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan sesuatu yang telah ada. Pengembangan pariwisata dapat berupa kegiatan pembangunan, pemeliharaan dan pelestarian tanaman, sarana dan prasarana maupun fasilitas lainnya. Pengembangan pariwisata juga merupakan kegiatan pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas local, meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis serta pendistribusikan merata kepada masyarakat, berorientasi kepada pengembangan pariwisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi kepada teknologi kooperatif, dan memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai penyumbang tradisi negara.⁵⁹

Strategi pengembangan adalah bakal tindakan yang menuntut keputusan manajemen puncak dalam pengembangan usaha untuk merealisasikannya. Sifat strategi pengembangan adalah berorientasi ke masa depan. Strategi pengembangan mempunyai fungsi perumusan

⁵⁸ Elfira Soeda, "Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Kepulauan Talaud", Jurnal Eksekutif, Vol 1 No 1 2017. Hlm 7.

⁵⁹ Chafid Fandeli, *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisataaan....*, hlm. 24.

dan dalam mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal yang dihadapi perusahaan.⁶⁰ Analisis faktor internal mendefinisikan faktor-faktor berupa kekuatan dan kelemahan pada perusahaan. Kekuatan yaitu mencakup kekuatan internal yang mendorong pengembangan usaha. Kelemahan yaitu mencakup kelemahan internal yang dapat mempengaruhi jalannya usaha. Analisis faktor eksternal dilakukan dengan mengolah faktor-faktor eksternal berupa aspirasi dan hasil (*result*).

Suwantoro berpendapat bahwa unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi.⁶¹

a. Objek dan daya tarik wisata

Daya tarik wisata dan juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata, pada umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasarkan pada:

- 1) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- 2) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- 3) Adanya spesifikasi/ciri khusus yang bersifat langka.
- 4) Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan.

⁶⁰ David Fred R, *Manajemen Strategis Konsep-Konsep....*, hlm. 33.

⁶¹ Suwanto Gamal, *Dasar-Dasar pariwisata*, Yogyakarta: Penerbit Andi, 2004. Hlm 21.

- 5) Objek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain-lain).
- 6) Objek wisata budaya dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

b. Prasarana wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya.

c. Sarana wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi restoran dan ruman makan serta sarana pendukung lainnya.

D. Peningkatan Ekonomi Masyarakat

1. Definisi Peningkatan Ekonomi Masyarakat

Peningkatan berarti kemajuan, perubahan, perbaikan,⁶² sedangkan perekonomian yang mempunyai kata dasar ekonomi berarti ilmu

⁶² Bintarto, *Buku Penuntun Geografi Sosial*, Yogyakarta: UP Spring, 1977, hlm. 88.

mengenai asas-asas produksi, distribusi dan pemakaian barang-barang serta kekayaan seperti halnya keuangan, perindustrian dan perdagangan.⁶³

Peningkatan ekonomi dapat diartikan pula sebagai proses kenaikan *output* perkapita dalam jangka panjang. Tekanannya dititikberatkan pada tiga aspek yaitu, proses, peningkatan *output* per kapita dan dalam jangka panjang. Pertumbuhan ekonomi adalah suatu proses bukan suatu gambaran ekonomi pada suatu saat (*one shoot*). Disini dapat dilihat adanya aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu melihat perekonomian sebagai sesuatu yang berkembang atau berubah dari waktu ke waktu. Tekanannya pada perubahan atau perkembangan itu sendiri.⁶⁴

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan perekonomian adalah suatu perubahan jenjang atau perbaikan kondisi dari perekonomian yang lemah ke arah perekonomian yang lebih baik atau mengalami kemajuan dari sebelumnya. Penelitian yang dilakukan oleh Sandra Woro Aryani dengan adanya pariwisata yang berkembang berdampak baik dalam perekonomian masyarakat seperti terbukanya lapangan pekerjaan yang baru, berkurangnya tingkat pengangguran, meningkatnya pendapatan dan daya beli masyarakat, membantu menanggung beban pembangunan sarana dan prasarana

⁶³ Pusat Bahasa Indonesia Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2005, hlm. 951.

⁶⁴ Budiono, *Teori Pertumbuhan Ekonomi*, Yogyakarta: PBF, 1992, hlm.1.

setempat, peningkatan pendapatan yang sangat tinggi tetapi hanya musiman.⁶⁵

Berdasarkan teori-teori pertumbuhan yang ada yakni teori Harold Domar, Neoklasik, dan teori endogen oleh Romer, bahwasanya terdapat tiga faktor atau komponen utama dalam pertumbuhan ekonomi,⁶⁶ ketiganya adalah:

- a) Akumulasi modal, yang meliputi semua bentuk atau jenis investasi yang ditanamkan pada tanah, peralatan fisik dan modal atau sumber daya manusia.
- b) Peningkatan penduduk, yang beberapa tahun selanjutnya akan memperbanyak jumlah angkatan kerja.
- c) Kemajuan teknologi.

2. Faktor Peningkatan Ekonomi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan ekonomi secara umum, antara lain :⁶⁷

- a) Sumber daya alam
- b) Jumlah dan mutu pendidikan penduduk
- c) Peningkatan jumlah angkatan kerja
- d) Ilmu pengetahuan dan teknologi
- e) Sistem sosial

⁶⁵ Sandra Woro Aryani, “ Analisis Dampak Pembangunan Pariwisata Pada Aspek Ekonomi dan Sosial Budaya Masyarakat ”, Jurnal Administrasi Bisnis Vol.49 No.2 Agustus 2017, hlm. 10.

⁶⁶ Michael Todara, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, Jakarta: Erlangga, 2002, hlm. 92.

⁶⁷Lurensius Julian PP, *Rumus Praktis Menguasai Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Boo Publisher Cet ke-1, 2010, Hlm.115.

f) Pasar.

3. Peningkatan Ekonomi dalam Islam

Peningkatan ekonomi yang dilihat dari perspektif Islam diantaranya mengenai batasan tentang persoalan ekonomi, perspektif Islam tidaklah sama dengan yang dianut oleh kapitalis, dimana yang dimaksud dengan persoalan ekonomi yaitu persoalan kekayaan dan minimnya sumber-sumber kekayaan. Perspektif Islam menyatakan bahwa hal itu sesuai dengan kapitalis yang telah disediakan oleh Allah untuk memenuhi kebutuhan manusia yang ditujukan untuk mengatasi persoalan kehidupan manusia.⁶⁸

Abdurahman Yusro berpendapat,⁶⁹ peningkatan ekonomi telah digambarkan dalam Al-Quran surat Nuh ayat 10-12.

فَقُلْتُ اسْتَغْفِرُوا رَبَّكُمْ إِنَّهُ كَانَ غَفَّارًا (١٠) يُرْسِلِ السَّمَاءَ عَلَيْكُمْ مِدْرَارًا
(١١) وَيُمْدِدْكُمْ بِأَمْوَالٍ وَبَيْنَ وَيَجْعَلْ لَكُمْ جَنَّاتٍ وَيَجْعَلْ لَكُمْ أَنْهَارًا (١٢)

Artinya: 10. Maka aku katakan kepada mereka: 'Mohonlah ampun kepada Tuhanmu, -sesungguhnya Dia adalah Maha Pengampun, 11. Niscaya Dia akan mengirimkan hujan kepadamu dengan lebat, 12. Dan membanyakkkan harta dan anak-anakmu, dan Mengadakan untukmu kebun-kebun dan Mengadakan (pula di dalamnya) untukmu sungai-sungai.⁷⁰

Dijelaskan pula dalam firman Allah QS. AL-Araaf ayat 96

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ
السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُ

⁶⁸ Nurul Huda, dkk, *Ekonomi Pembangunan Islam*, Jakarta: Cetakan ke-1, Prenadamedia Group, 2015, hlm. 124.

⁶⁹ Nurul Huda, dkk, *Ekonomi Pembangunan Islam*, hlm..., 139.

⁷⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al Quran dan Terjemahannya*..., hlm. 571.

Artinya: Jikalau Sekiranya penduduk negeri-negeri beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi, tetapi mereka mendustakan (ayat-ayat Kami) itu, Maka Kami siksa mereka disebabkan perbuatannya.⁷¹

Pariwisata religi dapat meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat apabila kita dapat melihat peluang pada wisata tersebut, hal ini dipertegas dalam Al-Quran surat Nuh ayat 10-12 dan QS. AL-Araaf ayat 96. yang menerangkan dalam ayat tersebut bila kita kaji maknanya dalam kehidupan realita bahwa apabila kita melakukan sesuai dengan yang dianjurkan oleh Allah dalam mencari jalan keberkahan maka kita akan mendapatkan manfaat.

Filosofi dasar peningkatan ekonomi dalam Islam, peningkatan ekonomi merupakan salah satu aspek penting dalam kehidupan yang sangat diperhatikan dalam Islam, namun tetap menempatkan manusia sebagai pusat dan pelaku utama dari peningkatan itu. Islam sebagai agama pengatur kehidupan berperan dalam membimbing dan mengarahkan manusia dalam mengelola sumber daya ekonomi untuk mencapai kemaslahatan di dunia dan akhirat.⁷² Terdapat empat dasar-dasar filosofi dasar peningkatan dalam ekonomi dalam Islam yaitu diantaranya :

- 1) *Tauhid*, yang meletakkan dasar-dasar hubungan antara Allah-manusia dan manusia dengan sesamanya,
- 2) *Rububiyah*, yang menyatakan dasar-dasar hukum Allah untuk selanjutnya mengatur model pembangunan yang bernafaskan Islam,

⁷¹ Departemen Agama Republik Indonesia, Al Quran dan Terjemahannya..., hlm. 163.

⁷² Khurshid Ahmad, *Economic Development in an Islamic Framework dalam Studies Islamic Economics*, Jeddah: King Abdul Aziz University, 1976, hlm. 178.

- 3) *Khalifah*, yang menjelaskan status dan peran manusia sebagai wakil Allah di muka bumi. Pertanggungjawaban ini menyangkut manusia sebagai muslim maupun sebagai anggota dari umat manusia. Dari konsep ini lahir pengertian tentang perwalian, moral, politik, serta prinsip-prinsip organisasi sosial lainnya,
- 4) *Tazkiyyah*, misi utama utusan Allah adalah menyucikan manusia dalam hubungannya dengan Allah, sesamanya, alam lingkungannya, masyarakat dan Negara.

Berdasarkan dasar-dasar filosofis di atas selanjutnya dapat diperjelas melalui prinsip peningkatan ekonomi menurut Islam sebagai berikut:⁷³

- 1) Peningkatan ekonomi dalam Islam bersifat komprehensif dan mengandung unsur spiritual, moral, dan material. Peningkatan merupakan aktivitas yang berorientasi pada tujuan dan nilai. Aspek material, moral, ekonomi, sosial spiritual dan fisik tidak dapat dipisahkan. Kebahagiaan yang ingin dicapai tidak hanya kebahagiaan dan kesejahteraan material di dunia, tetapi juga di akhirat,
- 2) Fokus utama peningkatan adalah manusia dengan lingkungan kulturalnya. Ini berbeda dengan konsep peningkatan ekonomi modern yang menegaskan bahwa wilayah operasi peningkatan adalah lingkungan fisik saja. Dengan demikian Islam memperluas wilayah jangkauan obyek peningkatan dari lingkungan fisik kepada manusia,

⁷³ Khurshid Ahmad, *Economic Development in an Islamic Framework...*, hlm.13-15.

- 3) Peningkatan ekonomi adalah aktivitas multidimensional sehingga semua usaha harus diserahkan pada keseimbangan berbagai faktor dan tidak menimbulkan ketimpangan.
- 4) Penekanan utama dalam pembangunan menurut Islam, terletak pada pemanfaatan sumberdaya yang telah diberikan Allah kepada umat manusia dan lingkungannya semaksimal mungkin. Selain itu, pemanfaatan sumberdaya tersebut melalui pembagian, peningkatannya secara merata berdasarkan prinsip keadilan dan kebenaran. Islam menganjurkan sikap syukur dan adil dan mengutuk sikap kufur dan zalim.

Tujuan utama dari peningkatan ekonomi menurut Islam adalah untuk mencapai kesejahteraan manusia.⁷⁴ Manusia telah ditempatkan di bumi sebagai pelaku utama atau khalîfah untuk menjalankan proses peningkatan. Manusia selain sebagai pelaku utama peningkatan juga sebagai penikmat utama dari pembangunan itu, karena melalui peningkatan manusia, dia dapat menjalankan tugas utamanya diciptakan di muka bumi ini, yaitu beribadah.

E. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan paradigma dan acuan, selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan

⁷⁴ Abdel Hamid El-Ghazali, *“Man Is The Basis of The Islamic Strategy for Economic Development”*, Jedah: t.tp. No. I, 1994, hlm. 42.

dengan penelitian tersebut. Penelitian terdahulu yang menjadi landasan pada penelitian ini antara lain:

Penelitian pertama yang dilakukan oleh Muzakkir dan Hermawati, yang berjudul “Respon Masyarakat Banyumulek terhadap Parawisata Syariah dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat”. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif hasil yang diperoleh dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa respon masyarakat Desa Banyumulek terkait dengan wisata syariah sangat baik dan bagus karena bisa meningkatkan *trust* para pelancong yang datang ke NTB, Pemerintah Desa Banyumulek melakukan beberapa upaya yang bisa mendorong para pengrajin dengan terus menerus meningkatkan etos kerja yang baik sehingga bisa membuat roda ekonomi yang mereka lakukan.⁷⁵ Persamaan penelitian ini dengan penelitian di atas sama-sama membahas tentang dampak keberadaan wisata religi. Sedangkan perbedaannya adalah objek atau tempat yang diteliti serta pada penelitian di atas tidak membahas strategi sedangkan penelitian ini membahas strategi pengembangan potensi wisata religi.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Eka Ambarwati yang berjudul “Pengembangan Potensi Pariwisata Religi (Studi Kasus Pada Makam Kyai Ageng Sutawijaya di Desa Majasto Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukaharjo)” penelitian ini bertujuan untuk pengembangan obyek wisata agar lebih nyaman berupa menyediakan sarana tempat

⁷⁵ Muzakkir dan Hermawati, “Respon Masyarakat Banyumulek terhadap Parawisata Syariah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat”, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahwal Syahsiyah 3 Vol, 2018. Hlm 4.

ibadah yang nyaman dan tempat istirahat yang sejuk. Penelitian tersebut dilakukan dengan metode kualitatif interaktif, hal yang dikaji adalah tentang pengembangan potensi pariwisata religi studi kasus pada makam Kyai Ageng Sutawijaya di Desa Majasto Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo, beserta proses terbentuknya, pengembangan objek wisata, dan dampak pengembangan yang ditimbulkan. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa dari pengembangan pariwisata berdampak positif pada perekonomian masyarakat setempat.⁷⁶ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang dampak perekonomian masyarakat namun perbedaannya pada penelitian ini adalah pada objeknya serta pada penelitian ini mengkaji pula strategi pengembangan potensi wisata religi.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Nailul Insani, Fauzi Ramadhoan A'rachman, Putri Kusuma Sanjiwani, Frisco Imanuddin pada tahun 2019 yang berjudul "Studi Kesesuaian dan Strategi Pengelolaan Ekowisata Pantai Ungapan, Kabupaten Malang untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan". Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengelolaan ekowisata pantai ungapan kurang maksimal hanya memikirkan tingkat jumlah pengunjung tetapi tidak menghiraukan kesesuaian yang sebenarnya menjadi acuan suatu kawasan wisata sehingga tetap lestari dan berkelanjutan. Dari analisis SOAR, terdapat tiga alternatif strategi untuk mengembangkan objek wisata ini, yaitu 1) Mengoptimalkan seluruh potensi yang ada, 2) Melibatkan berbagai pihak untuk melakukan

⁷⁶ Eka Ambarwati, "Pengembangan Potensi Pariwisata Religi (Studi Kasus Pada Makam Kyai Ageng Sutawijaya di Desa Majasto Kecamatan Tawang Sari Kabupaten Sukoharjo)", Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2018. Hlm 9.

kerja sama, 3) Melakukan peningkatan daya tarik wisata yang ada dengan meningkatkan kualitas fasilitas dan infrastruktur untuk meningkatkan daya saing, 4) Pembangunan kemitraan pariwisata untuk meningkatkan percepatan pertumbuhan ekonomi dalam menunjang pendapatan daerah.⁷⁷

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai strategi namun perbedaannya pada penelitian terdahulu mengenai strategi pengelolaan dan pada penelitian ini strategi pengembangan dan dari objek penelitiannya pun berbeda.

Penelitian keempat, dilakukan oleh Dedi Rosadi pada tahun 2011 dalam jurnalnya dengan judul “Pengelolaan Pariwisata Religi dalam Memberikan Pelayanan Ziarah pada Jama’ah (Studi Kasus Fungsi Pengorganisasian Pada Majelis Ta’lim Al -Islami KH. Abdul Kholiq di Pegandon Kendal Tahun 2008 - 2010)”, penelitian ini membahas tentang implementasi pengorganisasian dalam pengelolaan pariwisata religi dalam melayani kepada jama’ah, jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif diskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan fungsi pengorganisasian pariwisata religi di majlis ta’lim Al-Islami Pegandon Kendal secara garis besar sudah cukup baik, namun masih ada kekurangannya yaitu dalam bidang teknologi.⁷⁸

Penelitian kelima, dilakukan oleh Ahsana Mustika Ati pada tahun 2011 Dalam jurnalnya dengan judul “Pengelolaan Pariwisata Religi (Studi

⁷⁷ Nailul Insani dkk., “Studi kesesuaian dan strategi pengelolaan ekowisata Pantai Ungapan, Kabupaten Malang untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan,” Jurnal Teori dan Praksis Pembelajaran IPS, 2019, hlm. 49–58.

⁷⁸ Dedi Rosdi, “Pengelolaan Pariwisata Religi Dalam Memberikan Pelayanan Ziarah Pada Jama’ah (Studi Kasus Fungsi Pengorganisasian Pada Majelis Ta’lim Al -Islami KH. Abdul Kholiq di Pegandon Kendal Tahun 2008 - 2010)” Semarang: Fakultas Dakwah 2010. hal. 11.

Kasus Makam Sultan Hadiwijaya untuk Pengembangan Dakwah)”. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini membahas tentang pengelolaan Makam Sultan Hadiwijaya yaitu meliputi pengelolaan pariwisata religi, pengelolaan sumberdaya antara lain sumber daya manusia, sumber daya alam serta sumber daya finansial. Faktor-faktor pendukung untuk pengelolaan pariwisata religi di kompleks Makam Sultan Hadiwijaya hendaknya selalu ditingkatkan, misalnya pemberian informasi kepada pihak luar, menjalin kerjasama dengan pemerintah yang paling utama Dinas Pariwisata, bekerjasama dengan Keraton Surakarta maupun dengan masyarakat.⁷⁹

Dari penelitian terdahulu yang relevan, terdapat hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yakni objek studi yang berbeda yang dilakukan di Masjid Al-Jihad Rd Aria Wangsa Ghoparana Sagalaherang Subang.

⁷⁹ Ahsana Mustika Ati, judul “Pengelolaan Pariwisata Religi (Studi Kasus Makam Sultan Hadiwijaya Untuk Pengembangan Dakwah)”, Semarang: Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Walisongo. 2011. Hlm 17.